图书情报工作
第 62 卷 第 19 期 2018 年 10 月

大数据环境下高校图书馆数据推广内容及现状研究
——以图书馆年度数据账单为例

常颖聪 路程
河北师范大学图书馆 石家庄 050024

摘要：［目的/意义］大数据环境下，以年度数据账单方式进行的数据推广工作受到越来越多高校图书馆的认可与使用，但不同机构的年度数据账单内容、模式及推广效果存在较大差异，因此对国内高校图书馆年度数据账单推广内容及现状进行调查与研究。［方法/过程］通过网络调研，以 2017 年数据账单结构完整性、内容丰富性为标准筛选出 21 所高校图书馆进行调查，同时对各馆 2016 年度数据账单进行回溯性追踪；对当前高校图书馆年度数据账单内容、推广模式与服务模式的现状与发展进行探讨，并提出发展建议。［结果/结论］当前高校图书馆年度数据账单推广并没有统一且长效的模式，并存在时间持续性差、内容价值不完善、文化传承与延展功能及效果缺失等问题。建议从数据推广内容的价值度与活动的持续性、营销品牌构建、基于用户画像的图书馆服务优化策略等方面进行改进与提升。

关键词：数据推广 年度数据账单 图书馆大数据
分类号：G250
DOI：10. 13266/j. issn. 0252 – 3116. 2018. 19. 006

1 引言

高校图书馆作为资源与数据的集散地，拥有大量的业务数据、读者数据、资源数据以及服务数据等种类多、结构复杂的数据群。大数据及数据挖掘、数据处理技术的成熟、新媒体的发展与广泛应用，为高校图书馆大数据的揭示、推广、创新、营销提供了更多的模式与途径。图书馆数据推广是指基于图书馆大数据，运用一系列数据分析技术及网络推广手段，面向读者进行服务或资源推广。目前，国内高校图书馆数据推广主要有两种模式：一种是面向毕业生提供大学阅读数据报告，大部分图书馆已经开通了该推广项目，其推广手段及内容相对较成熟，如厦门大学图书馆自 2013 年发起的毕业季“圖・时光”活动，面向毕业生提供其大学期间与图书馆相关的所有数据，包括借阅记录、进馆次数等，该活动延续至今并获得了第十三届 IFLA -BibLibre 国际图书馆营销奖第二名；另一种是图书馆年度数据账单，年度数据是指在自然年内图书馆与读者交互活动所产生的系列数据，年度数据账单则是对年度数据进行加工、分析形成生动、具体的阅读报告、数据排行榜、读者账单等，并通过微信、微博等社交媒体进行网络推广的模式。随着网络社交媒体的便捷性、广泛性运用，尤其是高校图书馆微信公众号的发展与其功能的健全，基于年度数据账单的图书馆数据推广模式受到越来越多高校图书馆的认可与使用。

2013 年初，上海图书馆推出的“我的悦读 2012”年度阅读账单，提供读者个人的年度阅读统计数据，随后推出上海市《2012 阅读报告》，内容涵盖上海市年度阅读热门纸质图书及电子书、逛馆达人、借阅达人等阅读生态数据，这是国内首个面向公众的图书馆阅读白皮书[1]。2014 年，厦门大学首次发布“圖・2013：我和你”年度数据，每年以数据图表的方式展示图书馆年度重要事件、创新服务、运营指标等数据。2015 年起国内各大院校图书馆纷纷尝试发布年度数据账单，陈俊杰等对北京大学在内的 6 所高校图书馆 2014 年度数据账单进行统计、分析，提出以信息图表的方式展示、通过新媒体平台进行推广的图书馆年度数据报告，是图书馆进行服务推广、提高用户粘性、提升社会声誉的有效手段[2]。谷诗卉等对 32 所大学图书馆发布的 2016 年度数据账单发布内容、发布平台等进行了研

作者简介：常颖聪（ORCID：0000 – 0002 – 9747 – 889X）助理馆员，硕士研究生，E-mail：changyingcong1990@163. com；路程（ORCID：0000 – 0002 – 8191 – 065X），副研究馆员。

收稿日期：2018 – 04 – 12 修回日期：2018 – 06 – 19 本文起止页码：46 – 52 本文责任编辑：王传清

究，并有针对性地提出了发展建议[3]。

图书馆年度数据账单推广模式受到广泛认可与推广，越来越多的高校图书馆加入到该营销行列中，但不同的高校图书馆年度数据账单内容、发布形式、传播受众、推广效果以及持续时间等各有不同。本研究通过网络调研，以数据账单的结构完整性、内容丰富性为标准筛选出 21 所高校图书馆 2017 年度数据账单进行调查，同时对各馆 2016 年度数据账单进行回溯性追踪；对当前高校图书馆年度数据账单内容、推广模式与服务模式的现状与发展进行探讨，并提出发展建议。

2 调查方法与数据统计

2.1 调查方法与过程

高校图书馆年度数据账单一般基于微信公众号、并集中在某年年末、次年年初发布，本研究对国内各高校图书馆微信公众号于 2017 年 12 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日期间发布的微信推送内容进行网络调查，选择并确定目标机构。选择目标机构的依据为机构年度数据账单内容结构的完整程度、主题的丰富程度以及推广效果。经过内容分析与筛选，选取具有代表性的 21 所高校图书馆作为研究对象[4－24]；对 21 所高校图书馆官方微博对应的数据账单推广情况及其 2016 年度图书馆数据账单发布情况进行进一步追溯调查；最后对各高校图书馆 2016 年、2017 年度数据账单内容进行统计。

2.2 调查数据统计

本研究选取的 21 所高校图书馆 2017 年度数据账单发布概括见表 1，统计内容包括数据报告名称、发布时间、发布途径、发布形式以及影响力。通过内容解读、数据分析与归类，将覆盖率相对较高的内容进行列表、统计（见表 2）。其中，影响力指年度数据账单对读者产生作用的力度及传播效果。郑丽勇等提出阅读率、转阅率等指标能够评价媒介影响力[25]，郭顺利[26]通过研究证明阅读数、点赞数及转发数作为传播指标能够评价图书馆微信公众平台的影响力，伏琰[27]在图书馆微博影响力研究中证明微博转发量直接影响微博的交互程度，且互动情况越好则该微博账号的影响力越大。基于社交媒体影响力评价指标，本研究分别选择阅读数、点赞数、转发数对其影响力进行量化研究。

在对同一机构 2016 年度数据账单追踪调查后发现：①上海大学、中央财经大学、湖北大学 3 所高校的图书馆未曾发布 2016 年度数据账单；②四川大学图书馆发布的为读者个人数据对账单，需读者个人登陆查看；③复旦大学及浙江工商大学图书馆 2016 年度数据账单网络访问链接失效，无法统计；④江西科技师范大学图书馆 2016 年仅发布了图书借阅排行及读者借阅量排行，未形成结构化的数据报告。

表 1 21 所高校图书馆 2017 年度数据账单发布概况

机构名称	数据账单名称	发布时间	发布途径		发布形式		影响力			
			微信公众号	官方微博	多媒体	图文编辑	微信公众号 阅读次数	微信公众号 点赞次数	官网微博 转发次数	官网微博 点赞次数
厦门大学图书馆	Library Go	2018/01/17	√	√	√	√	5 593	50	3	15
浙江大学图书馆	大数据I来自浙江大学图书馆的年度数据	2018/01/24	√		√		1 329	15	–	–
北京师范大学图书馆	2017 图书馆大数据 丨 木铎圖记·2017	2018/01/17	√			√	2 690	106	–	–
南京航空航天大学图书馆	数据讲述——图书馆陪你走过的 2017	2018/01/16	√		√		3 844	61	–	–
上海大学图书馆	【图书馆 2017 年度服务数据】新鲜出炉	2018/01/19	√		√		2 284	15	–	–
沈阳师范大学图书馆	当图书馆遇上佛系读者——2017 年阅读数据报告	2018/01/10	√	√		√	2 044	53	0	0
中央财经大学图书馆	【账单】2017 感谢一路有你	2018/01/16	√			√	3 898	224	–	–
江西科技师范大学图书馆	2017 年图书馆大数据来啦，下一个学霸就是你！	2018/01/16	√			√	999	40	–	–
西北工业大学图书馆	2017 年图书馆大数据震撼来袭	2018/01/03	√		√		744	2	–	–
陕西师范大学图书馆	陕西师范大学图书馆 2017 年阅读报告	2018/01/09	√			√	2 259	141	–	–
复旦大学图书馆	复旦大学图书馆 2017 年度对账单	2018/01/18	√		√		2 865	39	–	–
武汉大学图书馆	武汉大学图书馆 2017 年度数据发布	2018/01/19	√		√		4 947	52	–	–
中国人民大学图书馆	人图，与你一起走过的 2017	2018/01/20	√			√	3 189	163	–	–
北京工商大学图书馆	【跨年巨献】图书馆 2017 年度大数据报告	2018/01/11	√			√	2 154	62	–	–
苏州大学图书馆	2017 苏大图书馆校园阅读报告出炉啦！	2018/01/19	√			√	2 405	50	–	–

（续表 1）

机构名称	数据账单名称	发布时间	发布途径		发布形式		影响力			
			微信公众号	官方微博	多媒体	图文编辑	微信公众号		官网微博	
							阅读数	点赞数	转发数	点赞数
江苏师范大学图书馆	江苏师范大学图书馆 2017 大数据	2018/01/20	√			√	2 117	95	–	–
浙江工商大学图书馆	浙商大 2017 图书馆借阅大数据出炉！学霸是怎样炼成的？	2018/01/18	√			√	1 118	24	–	–
四川大学图书馆	2017 年度阅读对账单丨打脸还是长脸，看了账单才知道！	2017/12/29	√	√	√		13349	154	1	2
河北师范大学图书馆	图书馆大数据丨图书馆 2017 年度数据发布	2018/01/15	√	√		√	672	57	0	4
湖北大学图书馆	大盘点丨湖大图书馆年度数据发布！	2018/01/08	√			√	1 580	61	–	–
华中师范大学图书馆	图说丨华中师范大学 2016－2017 学年度阅读报告出炉，山民们爱看这些书	2018/01/03	√			√	3 687	99	–	–

注：影响力数据截至 2018 年 3 月 10 日，“－”表示官方微博没有相关数据

表 2　21 所高校图书馆 2017 年度数据账单内容

机构名称	图书馆概况				空间及设备			文化延伸			读者服务			读者排行			图书排行			数据库	
	开馆天数	新增资源量	主页访问量	图书借阅总量	微信微博数据	入馆总人次	座位预约/使用	研修间预约/使用	自助打印	培训讲座	文化展览	电影放映	馆际互借	文献传递	类型/院系/年级	借阅量	入馆次数	借阅次数	图书类别	预约次数	访问次数
厦门大学图书馆	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√		
浙江大学图书馆		√		√		√	√	√	√	√	√				√	√		√	√	√	
北京师范大学图书馆	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√		√	√	√		√
南京航空航天大学图书馆		√	√	√	√	√			√	√		√		√	√	√	√	√	√	√	√
上海大学图书馆		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√										
沈阳师范大学图书馆	√	√		√	√	√		√		√		√		√							
中央财经大学图书馆	√	√		√	√	√		√	√		√		√	√		√	√	√			√
江西科技师范大学图书馆		√		√		√										√		√	√		
西北工业大学图书馆			√	√	√	√		√		√				√	√	√	√				√
陕西师范大学图书馆	√	√	√	√	√	√								√	√	√	√	√		√	√
复旦大学图书馆	√	√	√	√	√	√			√	√			√	√	√	√		√	√	√	√
武汉大学图书馆		√		√	√		√		√	√			√		√	√	√	√		√	√
中国人民大学图书馆	√	√	√	√		√	√			√	√	√			√	√		√	√		
北京工商大学图书馆	√		√	√	√	√									√	√	√	√	√		
苏州大学图书馆			√	√						√					√	√	√	√	√	√	√
江苏师范大学图书馆				√		√				√			√	√	√	√		√	√		
浙江工商大学图书馆		√				√									√	√	√	√			
四川大学图书馆	√															√	√				
河北师范大学图书馆	√	√		√		√	√	√								√	√	√	√	√	
湖北大学图书馆		√		√		√									√	√	√	√	√		√
华中师范大学图书馆		√		√		√									√	√		√	√		

3　调查结果分析

3.1　年度数据账单发布概况

3.1.1　数据账单的命名　网络社会环境下新媒体图文的命名方式是其能否吸引读者阅读的重要影响因素之一，尽管高校图书馆拥有稳定的读者群体，但研究证明：图书馆微信公众号对推送内容名称措辞的选择能够造成相同内容阅读量产生明显的差异[28]。

2017 年度数据账单的命名主要分为 3 种类型：①网络化词汇命名型：由表 1 可见，12 所高校图书馆选择以网络化词汇命名，如沈阳师范大学图书馆的“当图书馆遇上佛系读者——2017 年阅读数据报告”、四川大学图书馆的“2017 年度阅读对账单丨打脸还是长脸，看了账单才知道！”以及华中师范大学图书馆的

“图说丨华中师范大学 2016－2017 学年度阅读报告出炉，山民们爱看这些书”等，湖北大学图书馆“大盘点”、上海大学图书馆“新鲜出炉”等词汇都属于网络化词汇；②抒情系列型：以该方式命名的高校图书馆有 3 所，即南京航空航天大学图书馆的“数据讲述——图书馆陪你走过的 2017”、中央财经大学图书馆的“【账单】2017 感谢一路有你”、中国人民大学图书馆的“人图，与你一起走过的 2017”；③简单陈述型：该命名类型简单且模式统一，一般为“高校图书馆名称＋2017 数据账单发布”，如“陕西师范大学图书馆 2017 年阅读报告”“武汉大学图书馆 2017 年度数据发布”“复旦大学图书馆 2017 年度对账单”等。3 种数据账单命名类型均拥有一定的阅读量，但表现差异不大，因此，尽管不同方式的命名方式对数据账单的推广影响力有一定的影响，但不是最重要的影响因素。

3.1.2　发布途径、形式与影响力　年度数据账单发布形式主要是图文编辑与多媒体，本次调查对象中 66.7% 选择以图文编辑的形式发布，两者主要的不同在于图文编辑是“图片＋文字”，数据内容为平面展示，一目了然，而后者则借助 H5 等多媒体制作工具，以自动播放、微视频的立体形式展示数据内容。微信、微博的阅读、点赞及转发数量能够作为量化指标在一定程度上反映出推送内容的影响力[29]，表 1 中微信阅读量最高的是四川大学图书馆的 13 349 次，其次为厦门大学图书馆的 5 593 次，阅读量最少的为河北师范大学图书馆，为 672 次。阅读量低于 1 000 次的仅有河北师范大学图书馆、西北工业大学图书馆以及江西科技师范大学图书馆，阅读量在 1 000－2 000 次的有 3 所图书馆，其他 15 所高校图书馆的 2017 年度数据账单均有较高的阅读量，即较高的影响力，可以说大部分图书馆的数据账单收到了较好的推广效果。尽管各高校图书馆微信关注人数不尽相同，但阅读量仍然能够体现出各馆年度数据账单影响力的差异，以河北师范大学图书馆为例，数据账单发布当日微信公众号关注人数为 9 153，阅读量为 672 次，仅占 7.3%，因此，该馆 2017 数据账单影响力较低，在读者群体中并没有引起较高的关注，推广效果较差。

不同的社交媒体因推广方式、网络受众等原因造成的营销影响力会有所不同，本研究发现：微信、微博作为图书馆数据账单的主要发布途径，营销影响力存在明显差异。21 所高校图书馆全部选择微信作为 2017 年年度数据账单的第一发布途径，其中仅厦门大学图书馆、沈阳师范大学图书馆、四川大学图书馆以及河北师范大学图书馆通过其官方微博进行了二次推广，但影响力较差，远远小于微信。深入调查发现，21 所高校图书馆微博经营状态远不如微信，其中部分图书馆微博更新时间间隔较久，有些甚至已处于不更新状态，因此，除不同社交媒体自身的消息推送模式、网络受众及影响力的差距外，高校图书馆对其微博的经营状态、服务投入、响应速度也是影响年度数据账单微博影响力的重要因素。

3.2　年度数据账单内容

3.2.1　图书馆概况　图书馆概况包括开馆总天数、资源购入量、入馆总人次等宏观性数据。2017 年度数据账单中北京师范大学、陕西师范大学、复旦大学这 3 所高校图书馆对图书馆概况数据表述最为完整，涵盖了所有数据项目，新增资源量、图书借阅总量及入馆总人次是被揭示最多的数据，超过一半的图书馆对微博、微信年度回复、互动、粉丝的增长量等进行了总结与揭示。在移动图书馆、微信公众号嵌入式 OPAC 等便捷式检索途径成熟运用后，图书馆主页访问量成为极易被忽略的数据，但北京师范大学图书馆、上海大学图书馆等 9 所机构对其进行了统计、揭示，在后续回溯性追踪发现，9 所高校图书馆主页访问量逐年增加，因此，图书馆主页的建设仍不可忽略。

3.2.2　空间及设备　图书馆空间及设备数据主要来自座位及研修间管理系统统计数据、自助打印设备使用数据。2016 年及 2017 年度账单，均有超过一半的图书馆对图书馆空间、设备的年度数据进行了发布，其中北京师范大学图书馆、厦门大学图书馆及浙江大学图书馆 2017 年度数据在 2016 年基础上进行了补充与完善，西北工业大学及沈阳师范大学发布数据指标不变，仅公布研修间预约与使用数据。

空间及设备数据发布不全面的原因主要包括：①部分图书馆未引进座位及研修间预约系统，无法进行空间使用数据统计；②部分图书馆分为不同校区，跨部门数据无法统一；③部分图书馆没有提供自助打印服务，或打印服务暂停，以河北师范大学图书馆为例，该馆于 2017 年暂停打印服务导致 2017 年数据账单中该数据缺失。

3.2.3　文化延伸与读者服务　文化延伸与读者服务包括培训讲座、文化展览以及馆际互借、文献传递等数据，高校图书馆文化延伸与读者服务数据能够直接体现该馆的人文建设、学科服务的深度与广度。不同图书馆间的文化延伸及读者服务在表现形式及内容上各有不同，因此不同年度数据报告展现形式及程度差异

较大。文化延伸与读者服务数据中揭示最多的为培训讲座数据;江西科技师范大学等 7 所图书馆在 2017 年度数据账单中没有发布文化延伸与读者服务数据,其中,北京工商大学图书馆、河北师范大学图书馆、华中师范大学图书馆 2016 年数据账单也不包含该项数据;大部分图书馆是在 2016 年数据结构基础上进行了条目增加或调整,而数据发布最全面的是厦门大学图书馆,其次是北京师范大学图书馆。

文化延伸与读者服务数据也揭示了当下高校图书馆文化延伸服务中存在的问题:第一,大部分图书馆选择培训讲座作为图书馆知识传播与读者服务的重要手段,忽略了可以基于多媒体途径开展更为丰富的文化延伸活动,因此高校图书馆应当尝试并重视以主题电影或主题展览进行文化延伸与读者服务;第二,仅少数图书馆开展了馆际互借服务,该服务的缺失主要是因为地区图书馆联盟图书互借、馆藏共享构建的缺失。

3.2.4 读者与图书馆资源利用排行 读者与图书馆资源利用排行是年度数据账单的重要内容,目前仍有部分图书馆年度数据账单内容只包括读者及图书馆资源利用排行。读者排行中读者类型是指对不同年级、不同学院及不同学历读者的借阅量分别排行;图书类别是指根据中图法分类或者按理工、人文、小说等不同的标准划分的借阅量排行。

读者与图书馆资源利用排行是对读者阅读行为及馆藏资源利用的具体化揭示,在数据解读、分析的过程中能够直接了解不同读者群体资源需求现状与倾向。在 2017 年调查样本中读者借阅量及图书借阅次数是被揭示最多的数据条目,分别占 86%、81%,有 7 所图书馆揭示了预约图书排行数据,各数据条目总揭示率排序为:读者借阅量 > 图书借阅次数 > 读者类型 > 入馆次数 = 图书类别 > 数据库访问次数 > 预约图书排行。基于 2016 年、2017 年度数据账单的对比分析,发现包括厦门大学、北京师范大学等在内的 5 所高校图书馆在 2017 年度数据账单中减少了读者与图书馆资源利用排行数据,其中沈阳师范大学图书馆直接省略了该栏目,因此各图书馆每年数据账单内容并不固定。

3.2.5 小众数据 小众数据是仅有少数图书馆年度数据账单呈现、未被广泛揭示的数据,本次调查中小众数据主要分为 3 类:①复旦大学图书馆对全年图书馆微信读者留言内容及互动数量进行了整理、筛选,并张贴了语言新鲜、活泼的个性留言,该数据不仅是图书馆与读者互动工作的年度总结,同时为新时代读者彰显个性提供了舞台;②相对于数据库访问量排行,北京工商大学图书馆、厦门大学图书馆则对所有数据库中热门电子期刊访问量进行了统计和排序,热门电子期刊排行是对读者行为更为深入、具体的揭示;③曝光类数据,如西北工业大学图书馆对 2017 年度各院系从未到馆总人数进行了曝光,湖北大学图书馆曝光了图书馆 2017 年丢失图书总册数及存在超期图书读者人数,以上数据虽为曝光类数据,但不涉及读者个人隐私信息。曝光类数据在年度数据账单中较为少见,但能在一定程度上引起读者注意并发挥警示作用,因此可以进行选择性揭示。

4 建议

目前高校图书馆数据账单并没有统一且长效的推广模式,数据账单推广效果参差不齐。首先,在时间维度上,能够每年以固定栏目发布年度数据账单的高校图书馆并不多,数据账单推广活动持续性差;其次,高校图书馆的年度数据账单表现出同质性,内容构建主要依托读者、资源排行及少量特色数据,简单的数据罗列造成了数据推广内容价值不完善、文化传承与延展功能及效果缺失;最后,高校图书馆对于年度数据账单推广目的定位不够清晰、明确,年度数据账单的发布不仅是数据与服务的推广,更应该能够基于年度数据所体现的读者行为及行为变化完成图书馆服务的及时优化与更新。如何利用数据推广的模式、影响力为高校图书馆服务的创新、推广、更新以及高校图书馆文化、知识的传承与传播提供更多支撑是图书馆数据推广的最终目的,本研究基于以上问题提出以下建议。

4.1 数据推广内容价值度与活动持续性

数据推广内容的价值度能够直接影响数据账单的营销效果、文化延伸能力以及对读者造成影响力。不同的高校图书馆对其年度数据账单的推广侧重点各有不同,如西北工业大学图书馆侧重对读者信息解读,而浙江大学图书馆则侧重馆藏资源利用排行数据,同样部分高校图书馆只发布读者借阅排行等简单数据。数据的丰富程度及可解读程度均是影响数据内容价值度的重要因素,数据账单结构搭建时间短、跨部门数据统计不完整等会造成数据内容缺失或不完善,因此,数据推广内容需要多方、多部门合作,有策划、有结构性的组织搭建,保证其价值程度,不断丰富数据内容,增强营销效果,如厦门大图书馆已经开始探索与学校相关部门合作,在其“圖・时光”毕业生阅读报告中加入校园卡消费记录,拓展数据内容。

图书馆年度数据推广不仅是图书馆年工作总结报

告，更是通过贴近读者的呈现形式及一目了然的数据，让读者更加了解图书馆的资源、服务，在解读数据的同时拓宽与读者互动的通道，并提高读者的阅读素养、信息素养。因此，图书馆数据推广活动的时间持续性尤为重要。

4.2 图书馆营销品牌的构建

图书馆品牌是指图书馆特有的资源、服务、文化活动等得到读者的认可，并以某种名称、术语、标记、符号、图案，或是它们的相互组合展现的图书馆形象[30]。英国一项调查[31]证明图书馆的品牌建设及营销能够提升图书馆形象、吸引读者、增强馆员的工作认同感。图书馆年度数据账单工作起步晚，推广模式尚未成熟，除少数图书馆已经开始品牌构建实践外，大部门图书馆还没有创建相应营销品牌的意识。其中，厦门大学图书馆自 2014 年开始至今，年度数据账单依次为“圖·2013：我和你”“圖·2014：我和你，在一起”“圖·2015：我和你”“圖·2016：我和你”“Library Go！”，北京师范大学图书馆数据账单推广始于 2016 年，分别为“木铎圖记忆·2015”“木铎圖记忆·2016”、“2017 图书馆大数据|木铎圖记·2017”。可以说厦门大学图书馆的“圖·”与北京师范大学图书馆的“木铎圖记”已经形成了图书馆营销品牌，具有一定的文化影响力和可辨识性。

图书馆品牌的构建首先是对图书馆服务模式及内容的传承，其次是对文化、知识品牌的传承，最后应该做到与图书馆特有的文化理念统一、融合。厦门大学图书馆与北京师范大学图书馆在图书馆品牌构建上开展了较好的实践，首先，数据推广内容、方式始终如一，并与毕业生数据推广活动相呼应、一脉相传，如厦门大学图书馆毕业季的“圖·时光”、北京师范大学图书馆的“木铎记忆”，都是对图书馆数据推广活动的品牌融合；其次，文化的传承，如北京师范大学图书馆数据营销活动“木铎圖记”“木铎记忆”等与其校徽标志物“木铎”、图书馆“木铎搜索”检索系统等相呼应，是对学校文化理念、历史文明以及图书馆精神的传承与融合。

4.3 基于用户画像的图书馆服务优化策略

图书馆数据推广的目的是对图书馆资源及服务的营销与推广，但更重要的是应探求如何通过数据内容发现读者的潜在需求，其中基于用户画像的图书馆服务优化策略能够利用图书馆数据更好地发现、解读读者，进而提升图书馆服务。用户画像是基于真实数据、描述用户需求和偏好的目标用户模型，基于用户画像能够推测用户的真实与潜在需求，实现精准服务[32]。

图书馆拥有稳定的读者群体，年度数据账单推广活动为构建读者用户画像奠定了数据基础，用户画像模型能够构建图书馆不同群体的个人画像及典型群体画像，可以反映出读者直接或潜在的需求，其中，基于个人画像可以直接面向读者提供个性化的资源、检索及推送服务，典型群体画像可以促进图书馆整体服务体系的改进、提升。用户画像随时间、读者群体的变化而变化，因此，基于年度数据的用户画像有利于追踪读者及时需求并完成图书馆服务策略的同步优化、更新。

5 结语

本研究对 2016 年、2017 年度高校图书馆年度数据账单推广模式、服务模式等进行了调研与分析，并提出了发展建议。首先，建立图书馆数据推广活动的长效性机制、提升数据价值，同时打造品牌营销模式，传承本馆文化理念与价值，扩大图书馆文化影响力；其次，图书馆应将数据推广目的定位为服务推广及其不断优化，基于用户数据，构建不同群体读者画像，能够实现不同用户群体的个性化服务及图书馆服务系统的不断优化、提升与改进。

参考文献：

［1］上海市公共图书馆 2012 阅读报告［EB/OL］．［2018－03－10］．http：//society. library. sh. cn/node/515.
［2］陈俊杰，龚晓婷，肖铮，等. 基于信息图表的图书馆营销策略研究——以图书馆年度数据报告为例［J］. 数字图书馆论坛，2016，(2)：44－49.
［3］谷诗卉，罗丽，杨新涯，等. 大学图书馆年度大数据报告的调研与发展研究［J］. 大学图书馆学报，2017，35(6)：24－30.
［4］Library Go［EB/OL］．［2018－03－09］．http：//mp. weixin. qq. com/s/JpATuncQq9n5Jtr-SP7aXg.
［5］大数据|来自浙江大学图书馆的年度数据［EB/OL］．［2018－03－09］．http：//mp. weixin. qq. com/s/NNYymQW8JWxK5V3sUZja4A.
［6］数据讲述——图书馆陪你走过的 2017［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/jC95gwSFX13n4cOAX4T0Bg.
［7］2017 图书馆大数据|木铎圖记·2017［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/N_iG2xt1sSQVeepg01nIIA.
［8］图书馆 2017 年度服务数据新鲜出炉［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/b2ta10T-DDjMGAWhxRzEtQ.
［9］当图书馆遇上佛系读者——2017 年阅读数据报告［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/CB31VOJc7C3I8L3uhYsnDA.
［10］【账单】2017 感谢一路有你［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/tUftcWGtF_ANWsLOLaIRWQ.
［11］2017 年图书馆大数据来啦，下一个学霸就是你！［EB/OL］．［2018－03－09］．https：//mp. weixin. qq. com/s/C07E8JfAIQc8PSfx4NUh7A.

[12] 2017 年图书馆大数据震撼来袭！[EB/OL].[2018-03-09]. https://mp.weixin.qq.com/s/Me8xw3THDhslF1tkio7LGQ.
[13] 陕西师范大学图书馆 2017 年阅读报告[EB/OL].[2018-03-09]. https://mp.weixin.qq.com/s/oQQhQoYklg3Xur99CtioaA.
[14] 复旦大学图书馆 2017 年度对账单[EB/OL].[2018-03-10]. http://u5507582.viewer.maka.im/pcviewer/27SPSGFW.
[15] 武汉大学图书馆 2017 年度数据发布[EB/OL].[2018-03-10]. http://mp.weixin.qq.com/s/kyNsWsiCCufL0_7ZZu_lKw.
[16] 人图，与你一起走过的 2017[EB/OL].[2018-03-10]. http://mp.weixin.qq.com/s/PQxaYX5KhESqD3uhEHyDiQ.
[17]【跨年巨献】图书馆 2017 年度大数据报告[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/4r9M-zCIzhDfRVi-icPR1qg.
[18] 2017 苏大图书馆校园阅读报告出炉啦！[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/RJSTJnjIjhQaUfgT-CuN8A.
[19] 江苏师范大学图书馆 2017 大数据[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/JIPeA_dAUbgDjD-3fPHrOQ.
[20] 浙商大 2017 图书馆借阅大数据出炉！学霸是怎样炼成的？[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/xLaF36Yfj8wDrdmip_5Udw.
[21] 2017 年度阅读对账单 | 打脸还是长脸，看了账单才知道！[EB/OL].[2018-03-10]. http://mp.weixin.qq.com/s/CCfd3ybL4CHH4629ttRWfw.
[22] 图书馆大数据|图书馆 2017 年度数据发布[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/nUt8iKjDjwhNPK-LX-wOHvQ.
[23] 大盘点|湖大图书馆年度数据发布！[EB/OL].[2018-03-10]. https://mp.weixin.qq.com/s/_47YD0_lTs9ZxVVf7I1hrw.
[24] 图解|2016 华中师范大学阅读报告[EB/OL].[2018-03-10]. http://mp.weixin.qq.com/s/x50gJyDxS_CJh8Pvt2Ddqw.
[25] 郑丽勇，郑丹妮，赵纯. 媒介影响力评价指标体系研究[J]. 新闻大学，2010(1):121-126.
[26] 郭顺利，张向先，李中梅. 高校图书馆微信公众平台传播影响力评价体系研究[J]. 图书情报工作，2016，60(4):29-36.
[27] 伏琰. 图书馆微博影响力评价指标体系研究——以"985 工程"大学为例[J]. 图书馆学研究，2015(15):24-33.
[28] 史梅，翟晓娟. 高校图书馆官方微信经营策略研究——以南京大学图书馆为例[J]. 大学图书馆学报，2014，32(5):79-85.
[29] 王康，王晓慧. 高校图书馆微博与微信影响力比较研究[J]. 上海高校图书情报工作研究，2017，27(3):49-54.
[30] 张浩如. 大数据时代的图书馆品牌建设与营销[J]. 图书与情报，2016(5):70-75.
[31] HOOD D, HENDERSON K. Branding in the United Kingdom public library service[J]. New library world, 2005, 1(1/2):16-28.
[32] 陈慧香，邵波. 国外图书馆领域用户画像的研究现状及启示[J]. 图书馆学研究，2017(20):16-20.

作者贡献说明：
常颖聪：负责整体研究框架的制定，论文初稿撰写与修订；
路程：负责数据搜集、统计。

Research on the Content and Status Quo of Data Marketing of University Library in Big Data Environment: A Case Study of Library Annual Data Bill

Chang Yingcong Lu Cheng
Hebei Normal University Library, Shijiazhuang 050024

Abstract: [**Purpose/significance**] The maturity of big data and data mining processing technology, and the development and application of new media give the university library more modes and ways for the data reveal, popularity, marketing. Annual data bill is increasingly used and promoted by university libraries, while its content, mode and marketing effectiveness are quite different. This paper investigated and researched current status of library data bill marketing. [**Method/process**] Through the Internet research, the 21 college libraries were selected to be investigated in accordance with the structural and content richness of the 2017 data bill. At the same time, this paper traced back 2016 annual data bill of each library. This paper discussed the current situation and development of the current annual data bill and gave some suggestions. [**Result/conclusion**] Currently, there is no uniform and long-term marketing model for college library data bill marketing, and there are some problems such as poor time continuity, the lack of content value, cultural inheritance and extension function lack of effect. this paper gave the suggestions as improving the value of data marketing content and the sustainability of marketing activities, building a marketing brand and the library service optimization strategy based on user portrait and so on.

Keywords: data marketing annual data bill library big data